

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras di Pasar Bandar Kota Kediri

(Studi Kasus pada Beras Cap Ikan Koi)

¹⁾Nofia Tri Wakhidiyanti ²⁾Nur Cahyono ³⁾Akhmad Wahyudono

Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis

Universitas Wahidiyah Kediri

e-mail: Nofiatryw03@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli beras cap Ikan Koi Hijau di pasar Bandar Kota Kediri. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen, dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus *Slovin* serta teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insidental* yaitu siapa saja yang ditemui sebagai konsumen beras cap Ikan Koi di Pasar Bandar Kota Kediri.

Hasil pengolahan data menunjukkan harga dan kualitas produk secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di pasar Bandar Kota Kediri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien harga sebesar 0,184 dan nilai signifikansi sebesar $0,032 > 0,05$. Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,249 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$. Sehingga harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau. Serta secara bersama-sama kontribusi harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau sebesar 34,7%.

Kata Kunci: Harga, kualitas produk, keputusan pembelian, beras cap Ikan Koi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut badan pusat statistik dari hasil sensus penduduk 2020 mencatat penduduk Indonesia pada September 2020 sebanyak 270,20 juta jiwa, dimana jumlah penduduk terus mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia tidak menutup kemungkinan bahwasannya kebutuhan penduduk di Indonesia juga akan mengalami peningkatan, terutama permintaan akan kebutuhan pokok seperti beras. Dimana hampir seluruh penduduk Indonesia

mengonsumsi nasi sebagai makanan pokok setiap hari.

Pertumbuhan penduduk dan arus globalisasi yang terus meningkat membuat persaingan dalam bisnis menjadi sangat tajam, pelaku bisnis berlomba-lomba dalam mendapatkan simpati serta loyalitas dari calon konsumennya., persaingan tersebut memunculkan produk dan merek-merek yang beragam di masyarakat. Hal tersebut juga berlaku pada bisnis pengolahan beras setengah jadi dimana pelaku usaha mempunyai merek-merek beras sendiri dengan kualitas produk dan harga yang bersaing di masyarakat. Dengan

banyaknya pilihan merek yang beredar membuat konsumen memiliki banyak pilihan dan alternatif dimana konsumen berhak memilih produk yang sesuai dengan yang mereka inginkan. Merek beras cap Ikan Koi yang diproduksi oleh UD. Jongbiru yang berlokasi di desa Gampengrejo, kabupaten Kediri, Jawa Timur. Beras cap Ikan Koi memiliki dua varian beras yaitu beras bramo dengan kemasan warna biru dan beras 64 dengan kemasan warna hijau. Beras cap Ikan Koi telah banyak didistribusikan ke daerah di luar Kediri seperti Blitar, Tulungagung dan Trenggalek.

Strategi penetapan harga menjadi sangat krusial bagi semua pelaku usaha ditengah persaingan banyak merek beras yang beredar di masyarakat. Harga beras cap Ikan Koi harus mampu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produknya. Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan harapan konsumen, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga yang ditetapkan sesuai, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Kualitas produk juga sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian dimana kualitas produk akan menentukan kepuasan konsumen terhadap produk. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan maka kemungkinan konsumen akan membeli kembali sangat besar. Sebaliknya jika kualitas produk yang ditawarkan tidak memuaskan konsumen maka konsumen tidak akan melakukan pembelian kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.
3. Untuk mengetahui korelasi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Ginting (2012:10) dalam (Indrasari, 2019) harga merupakan sejumlah uang yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2009:67) dalam (Habibah & Sumiati, 2016) mengatakan, “Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, elemen lain dan menghasilkan biaya”.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam (Riadi, 2020), kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang dalam memberikan hasil dan kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Menurut Prawirosentono (2002) dalam (Riadi, 2020), kualitas produk merupakan keadaan fisik, sifat, fungsi suatu produk dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian berhubungan langsung dengan pengambilan keputusan dalam menentukan produk mana yang akan mereka beli. Menurut Kotler dan

Amstrong (2008) dalam (Lubis, 2015) keputusan pembelian adalah membeli suatu merek yang paling disukai, akan tetapi keputusan tersebut dapat berada di dua faktor antara niat pembelian atau keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian konsumen yang dikemukakan Kotler (2009:204) dalam (Indrasari, 2019) terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen yaitu pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Penelitian Terdahulu

1. Bayu Sutrisna A.S dan Yahya (2016) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nurmin Arianto dan Giovanni (2020) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Butik. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Sari Ismayana dan Nur Hayati (2018) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy Studi kasus Pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiono, 2017). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.
3. Ada korelasi positif antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2017).

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif, dimana pendekatan asosiatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiono, 2017).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 25 April 2021 – 25 Juni 2021 di Pasar Bandar Kota Kediri.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini konsumen beras cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik dan uji goodness of fit.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner (Ghozali,2005), uji validitas dapat dilakukan dengan bantuan program spss.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner bersifat reliabel atau tidak dimana kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 pada pengujian kolmogorov smirnov dan titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal pada pengujian P-plot.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Regresi tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*, yaitu apabila titik-titik data menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas dan teratur, serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah dengan rumus:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Uji Goodness of Fit

1. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel pada taraf signifikansi sebesar 5 % atau = 0,05. Dasar penarikan kesimpulan pengujian ini yaitu:

- Hipotesis diterima jika F hitung > F tabel dan nilai sig. < 0,05
- Hipotesis ditolak jika F hitung < F tabel dan nilai sig. > 0,05

2. Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- Hipotesis diterima jika nilai sig. < 0,05
- Hipotesis ditolak jika nilai sig. > 0,05

3. Uji R² (Determinasi)

Uji determinan (R²) bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisiensi determinasi (R²) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R²) nol variable independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variable dependen. Apabila koefisien determinasi mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Pertanyaan	r- hitung (Person Correlation)	Nilai r tabel n =98, α 5%	Status
X1.1	0,745	0,165	Valid
X1.2	0,708	0,165	Valid
X1.3	0,807	0,165	Valid
X1.4	0,68	0,165	Valid
X2. 1	0,675	0,165	Valid
X2. 2	0,726	0,165	Valid
X2. 3	0,7	0,165	Valid
X2. 4	0,657	0,165	Valid
X2. 5	0,487	0,165	Valid
X2. 6	0,733	0,165	Valid
X2. 7	0,652	0,165	Valid
Y1.1	0,753	0,165	Valid
Y1.2	0,456	0,165	Valid
Y1.3	0,806	0,165	Valid
Y1.4	0,767	0,165	Valid

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai r-hitung untuk variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian lebih besar dari nilai r-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan kuesioner dikatakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Ket.
Harga	0,719	Reliabel
Kualitas produk	0,783	Reliabel
Keputusan pembelian	0,652	Reliabel

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52616439
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,050
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

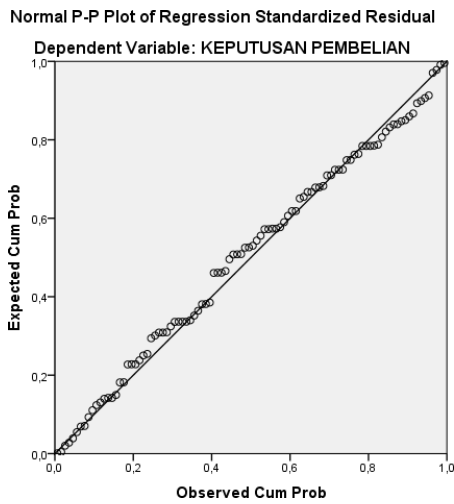
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel uji Kolmogorov smirnov diatas dapat diketahui bahwa nilai asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian berdistribusi normal. Sedangkan apabila dilihat dari uji P-plot adalah sebagai berikut:

Gambar 1 Hasil Pengujian P-plot



Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

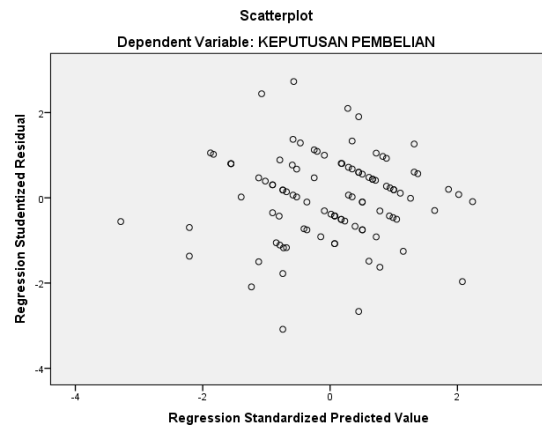
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KUALITAS PRODUK	,789	1,268
HARGA	,789	1,268

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk variabel harga dan kualitas produk lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF untuk variabel harga dan kualitas produk kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Gambar 2 Uji Heterokedasitas Scatterplot



Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari hasil pengujian scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak , tidak membentuk pola yang jelas dan teratur, serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	6,724	1,390
HARGA	,184	,084
KUALITAS PRODUK	,249	,047

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel 5 didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,724 + 0,184 X_1 + 0,249 X_2 + e$$

Y : Prediksi keputusan pembelian

6,724 : Konstanta sebesar 6,724 berarti bahwa apabila setiap variabel dependen (X_1 , X_2) dianggap nol maka prediksi Y sebesar 6,724.

0,184 X_1 : Koefisien prediktor harga (X_1) sebesar 0,184 menunjukkan harga dapat memprediksi keputusan pembelian (Y) secara positif, sebagai contoh apabila Harga (X_1) ditingkatkan 1 poin maka peningkatan atas prediksi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,184.

0,249 X_2 : Koefisien prediktor kualitas produk (X_2) sebesar 0,249 menunjukkan kualitas produk dapat memprediksi keputusan pembelian (Y) secara positif, sebagai contoh apabila kualitas produk (X_2) ditingkatkan 1 poin maka peningkatan atas prediksi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,249.

Uji Goodness of Fit

1. Uji F (Simultan)

Tabel 6 Hasil Uji Simultan

Model	F	Sig.
1 Regression	27,327	,000 ^b
Residual		
Total		

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai f -hitung (27,327) > dari f -tabel (3,09) dan tingkat sig. (0,000) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras Cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

2. Uji T (Parsial)

Gambar 7 Hasil Uji Parsial

Model	T	Sig.
1 (Constant)	4,839	,000
HARGA	2,177	,032
KUALITAS PRODUK	5,274	,000

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Berdasarkan analisis regresi secara parsial pada tabel 7 didapatkan nilai t -hitung variabel harga (2,177) > t -tabel (1,984) dan nilai sig. variabel harga 0,032 < 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian beras Cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

Sedangkan untuk variabel kualitas produk nilai t -hitung (5,274) > t -tabel (1,984) dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras Cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

3. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 8 Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 ^a	,360	,347	1,54182

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

Sumber: Data SPSS 22, data yang diolah

Dari tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,347 atau 34,7% Hal ini berarti kontribusi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras Cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri sebesar 34,7%, sedangkan sisanya 65,3% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu, citra merek, kualitas pelayanan, dan lain sebagainya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis mengenai harga terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai signifikansi $0,032 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Serta hasil koefisien untuk variabel harga adalah 0,184. dengan demikian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, artinya harga yang ditetapkan untuk beras cap Ikan Koi hijau kemasan 5kg sesuai dan dapat dijangkau oleh konsumen.

Salah satu faktor penentu keputusan pembelian adalah harga, dalam penetapan harga, suatu perusahaan harus memperhatikan persepsi konsumen terhadap harga dan bagaimana persepsi mempengaruhi keputusan pembelian. Adanya faktor harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau menunjukkan bahwa ada kesesuaian antara harga yang di tawarkan dengan nilai yang didapat sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada penelitian ini rata-rata konsumen memberikan persepsi bahwa harga beras cap Ikan Koi hijau kemasan 5kg relatif terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis mengenai harga terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a

diterima dan hasil koefisien untuk variabel kualitas produk adalah 0,249. dengan demikian kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hipotesis bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau artinya, semakin baik kualitas beras cap Ikan Koi hijau maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen dalam membeli beras cap Ikan Koi hijau. Dalam hal ini kualitas beras cap Ikan Koi hijau yakni memiliki rasa yang pulen, bersih, tidak mudah berketu dan basi serta tidak berbau apek.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mempunyai nilai $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ yakni ($27,327 > 3,09$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di pasar Bandar Kota Kediri.

Keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di pasar Bandar Kota Kediri dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk dimana harga pasaran beras cap Ikan Koi hijau dapat dijangkau oleh konsumen dan memiliki kualitas produk yang baik yang sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh kotler yakni dalam proses pengambilan keputusan, pembeli akan melakukan evaluasi sebelum membeli dengan mencari manfaat dan kepuasan terhadap suatu produk yang akan dibeli. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang dibeli sesuai dengan apa

yang diharapkan baik mengenai harga maupun kualitas produk. Konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan kemungkinan untuk membeli kembali produk bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk. Sebaliknya konsumen yang merasa tidak puas kemungkinan tidak akan membeli lagi produk tersebut bahkan juga akan menceritakan ketidakpuasan tersebut kepada orang lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.
2. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.
3. Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau di Pasar Bandar Kota Kediri.

Saran

Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk lebih memperluas dalam objek penelitian, sehingga hasil penelitian nantinya dapat menggambarkan ruang lingkup yang lebih luas serta menambah variabel penelitian seperti citra merk, kualitas pelayanan, gaya hidup, lokasi dan lain-lain sehingga dapat lebih mengungkapkan faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian beras cap Ikan Koi hijau.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol 3 No. 2*, 12-22.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). *Jurnal EMBA. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado*, Vol. 3.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). *Jurnal Ekonomi & Bisnis. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura*, Volume I, Hal 31-48.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Vol X No.2*.
- Lubis, A. A. (2015). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*.
- Sejati, B. S., & Yahya. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 5 No. 3*.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

